

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»
Институт креативных индустрий, экономики и предпринимательства
Кафедра бизнеса и развития профессионального мастерства

УТВЕРЖДАЮ:

И.о. директора Института креативных индустрий,
экономики и предпринимательства



Кожевникова Т.М.
«24» декабря 2024г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПДП.1 ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
(ПО ПРОФИЛЮ СПЕЦИАЛЬНОСТИ)**

образовательной программы среднего профессионального образования - программа подготовки
специалистов среднего звена по специальности

38.02.08 Торговое дело

коммерция и осуществление интернет-маркетинга
направленность

Квалификация

Специалист торгового дела

Год набора – 2025

Разработчик(и) программы:

Федорова А.Ю. к.э.н., доцент, зав. кафедры "Бизнеса и развития профессионального мастерства" ФГБОУ ВО "Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина"

Кондрашова И.С.к.э.н., доцент, преподаватель кафедры "Бизнеса и развития профессионального мастерства»

Вейс Е.В. к.э.н., преподаватель кафедры "Бизнеса и развития профессионального мастерства»

Эксперт(ы):

Скобеев К.О. руководитель ООО «Скобеев и партнеры»

Лоскутов С. А.-генеральный директор ООО «Научно –техническое объединение «ИНТ»

Рабочая программа разработана на основе ФГОС СПО по специальности 38.02.08 Торговое дело, разработка с учетом ПОП и утверждена на заседании кафедры бизнеса и развития профессионального мастерства Института креативных индустрий, экономики и предпринимательства 25 ноября 2024г. протокол № 6.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Общая характеристика	4
2. Цели и задачи практики.....	4
3. Место практики в структуре ООП.....	4
4. Перечень учреждений - баз практики.....	8
5. Планируемые результаты обучения при прохождении практики.....	8
6. Структура и содержание практики.....	13
7. Контроль и оценка результатов освоения практики.....	18
8. Условия проведения практики.....	21

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА

Производственная практика (по профилю специальности) является необходимой составляющей учебного процесса студентов по специальности 38.02.08 Торговое дело и проводится в соответствии с учебным планом.

Форма проведения	Курс	Название практики согласно учебного плана	Итоговый контроль
Непрерывная	3	Производственная практика (по профилю специальности)	Дифференцированный зачет

Практика проводится в форме практической подготовки.

2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРАКТИКИ

Целью производственной практики (по профилю специальности) является формирование, закрепление и развитие практических навыков и компетенции в процессе выполнения определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью, подготовка дипломной работы.

Задачи производственной практики (по профилю специальности):

выработать практические навыки организации и осуществления торговой деятельности; организации и осуществления предпринимательской деятельности в сфере торговли; организации и осуществления интернет-маркетинга;
осуществить сбор информации, необходимой для написания дипломной работы.

3. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ООП

Производственная практика (по профилю специальности) является частью образовательной программы среднего профессионального образования в соответствии с ФГОС СПО 38.02.08 Торговое дело и проводится в соответствии с учебным планом.

Продолжительность практики 4 недели (144 часа).

4. ПЕРЕЧЕНЬ УЧРЕЖДЕНИЙ – БАЗ ПРАКТИКИ

Базами практики являются:

- Союз «Тамбовская областная торгово-промышленная палата»;
- Общество с ограниченной ответственностью «Скобеев и Партнеры»;
- Общество с ограниченной ответственностью «Научно-техническое объединение «ИНТ»;
- Автономная некоммерческая организация «Региональный центр компетенций в сфере производительности труда Тамбовской области»;
- Общество с ограниченной ответственностью «Би Фаунд»;
- Общество с ограниченной ответственностью «Эврика Маркетинг».

5. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ

В результате прохождения учебной практики обучающийся должен приобрести следующие общие и профессиональные компетенции:

Перечень общих компетенции (ОК):

Код	Наименование общих компетенций
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности

ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
ОК 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

Код	Наименование профессиональных компетенций
ПК 1.1.	Проводить сбор и анализ информации о потребностях субъектов рынка на товары и услуги, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий
ПК 1.2.	Устанавливать хозяйственные связи с поставщиками и потребителями товаров и услуг, в том числе с применением коммуникативных возможностей искусственного интеллекта
ПК 1.3.	Осуществлять подготовку, оформление и проверку закупочной документации, в том числе с использованием электронного документооборота и сквозных цифровых технологий
ПК 1.4.	Осуществлять подготовку к заключению внешнеторгового контракта и его документальное сопровождение
ПК 1.5.	Осуществлять контроль исполнения обязательств по внешнеторговому контракту
ПК 1.6.	Организовывать выполнение торгово-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий
ПК 2.1.	Проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга
ПК 2.2.	Разрабатывать предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации
ПК 2.3.	Проводить сбор, мониторинг и систематизацию ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий
ПК 2.4.	Устанавливать конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках
ПК 2.5.	Разрабатывать бизнес-план и финансовую модель деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов
ПК 2.6.	Рассчитывать показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов
ПК 2.7.	Определять мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности
ПК 2.8.	Собирать информацию о бизнес-проблемах и определять риски предпринимательской единицы
ПК 3.1	Определять готовность веб-сайта к продвижению

ПК 3.2	Анализировать интернет-пространство, а также поведение пользователей при поиске необходимой информации в информационно- телекоммуникационной сети «Интернет»
ПК 3.3	Разрабатывать стратегии проведения контекстно-медийной и медийной кампаний и их реализации в сети
ПК 3.5	Составлять технические задания в соответствии с требованиями заказчика
ПК 3.4	Проводить рекламные кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество
ПК 3.6	Проводить аналитические работы по реализации стратегий продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Содержание практики определяется темой дипломной работы, выбранной обучающимся и утвержденной научным руководителем. В процессе прохождения практики обучающийся проводит исследование организации – базы прохождения практики.

№ п/п	Содержание практики по разделам	Примерные виды работ	Трудовое количество	Формы текущего контроля	
При прохождении практики в торговых организациях					
1	Раздел 1. Организация торгово-сбытовой деятельности на внутреннем и внешнем рынках	1. Анализ потребительского спроса на выбранную товарную группу с использованием данных продаж и маркетинговых исследований. 2. Разработка стратегии выхода на новые рынки с учетом специфики товаров и целевой аудитории. 3. Анализ конкурентной среды на новых рынках. 4. Оптимизация логистических схем для повышения эффективности экспорта. 5. Разработка методики оценки рисков при внешней торговле. 6. Создание системы документооборота и коммуникации при внешнеторговых сделках. 7. Анализ и оптимизация работы с дистрибьюторами и представителями на выбранных рынках. 8. Создание системы контроля за исполнением внешнеторговых контрактов с целью минимизации рисков и обеспечения своевременных поставок. 9. Составление чек-листа для проверки выполнения условий контракта.	24 часа	Собеседование	
2	Раздел 2. Организация и осуществление продаж	1. Изучение инструкций по охране труда. 2. Разработка оптимальной схемы приемки товаров на склад, учитывая объем и специфику выбранной	24 часа	Собеседование	

		<p>товарной группы.</p> <p>3. Разработка схемы размещения товаров в торговом зале, которая способствует увеличению продаж.</p> <p>4. Разработка программы лояльности для постоянных клиентов с учетом специфики товаров.</p> <p>5. Разработка и внедрение CRM-системы для повышения эффективности управления клиентами.</p> <p>6. Анализ эффективности различных каналов продаж.</p> <p>7. Разработка системы мотивации сотрудников отдела продаж.</p> <p>8. Анализ и внедрение методов стимулирования продаж (скидки, акции, бонусы).</p> <p>9. Анализ структуры товарных ресурсов торговой организации и предложить способы ее оптимизации.</p> <p>10. Разработка методики планирования товарных ресурсов с учетом сезонности и спроса.</p> <p>11. Анализ эффективности управления товарными запасами и предложить методы по их снижению.</p> <p>12. Разработка системы управления товарными запасами с использованием современных технологий.</p> <p>13. Оценка эффективности коммерческой деятельности розничной торговой организации на основе финансовых показателей и показателей товарооборота.</p> <p>14. Разработка системы измерения уровня удовлетворенности клиентов.</p> <p>15. Анализ рынка франчайзинга в выбранной сфере деятельности.</p> <p>16. Анализ эффективности применяемых торговой организацией методов мерчендайзинга.</p>			
3	Раздел 3. Организация и осуществление закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд	<p>1. Разработка стратегии закупок для государственных нужд с учетом требований законодательства.</p> <p>2. Разработка методики оценки и выбора поставщиков для корпоративных клиентов.</p> <p>3. Сравнительный анализ различных поставщиков для выбора оптимальных условий сотрудничества.</p> <p>4. Создание системы контроля качества закупок и соблюдения контрактных обязательств.</p>	36 часов	Собеседование	

		5. Анализ различных видов закупок и выбора оптимального способа закупки для конкретного товара.			
	Раздел 4. Ценообразование в торговой деятельности	<ol style="list-style-type: none"> 1. Исследование рынка, проведение статистических исследований по ценовым показателям 2. Разработка модели ценообразования для новых товаров, учитывая затраты, конкуренцию и спрос. 3. Анализ сезонных колебаний продаж на примере конкретной товарной группы. 4. Разработка стратегии ценообразования в зависимости от сезонных колебаний спроса. 5. Разработка ценовой политики для разных сегментов клиентов (B2B/B2C). 6. Анализ влияния различных маркетинговых инструментов на ценовую политику. 7. Изучение факторов, влияющих на поведение потребителей при выборе товаров и их готовность платить. 8. Разработка рекомендаций по формированию розничной цены товара на основе анализа потребительского поведения. 	36 часов	Собеседование	
	Раздел 5. Бизнес-планирование и финансовое моделирование предпринимательской единицы	<ol style="list-style-type: none"> 1. Разработка бизнес-плана для стартапа в сфере розничной торговли, с учетом прогнозирования финансовых показателей. 2. Разработка бизнес-плана для расширения бизнеса с учетом привлечения инвестиций. 3. Моделирование возможных сценариев развития компании (оптимистичный, пессимистичный, реалистичный). 	24 часа	Собеседование	
При прохождении практики в агентствах интернет -маркетинга, рекламных и интернет - агентствах					
	Раздел 6. Технология проведения маркетинговых исследований	<ol style="list-style-type: none"> 1. Составление программы маркетингового исследования исходя из поставленных целей и задач. 2. Определение этапов проведения маркетинговых исследования на примере предприятия торговли. 3. Разработка плана проведения маркетингового исследования и согласование с руководителем учебной практики. 4. Определения маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования. Их описание и назначение в ходе проведения маркетингового 	72 часа	Собеседование	

		<p>исследования.</p> <p>5. Проведение маркетингового исследования для изучения покупательского спроса на конкретный товар или группу товаров.</p> <p>6. Разработка методики прогнозирования покупательского спроса с использованием статистических методов.</p> <p>7. Разработка методики маркетингового исследования, направленного на изучение поведения потребителей (на примере конкретного товара).</p> <p>8. Разработка инструментария для проведения качественных и количественных исследований.</p> <p>9. Применение различных методов маркетинговых исследований для анализа поведения потребителей.</p> <p>10. Анализ данных маркетинговых исследований и их применение для улучшения стратегии продвижения.</p> <p>11. Сегментирование рынка товаров с использованием различных критериев (демографических, поведенческих, географических).</p> <p>12. Разработка рекомендаций по позиционированию товаров на целевых сегментах рынка.</p>			
6	Раздел 7. Технология интернет-маркетинга	<p>1. Анализ текущей системы маркетинговых коммуникаций торговой организации и ее недостатки.</p> <p>2. Разработка и оценка эффективности стратегии интернет-маркетинга для увеличения онлайн-продаж.</p> <p>3. Оценка эффективности различных инструментов интернет-маркетинга (SEO, контекстная реклама, SMM) и разработка рекомендаций по их оптимизации.</p> <p>4. Создание и продвижение контент-стратегии для повышения вовлеченности пользователей и лояльности бренда.</p> <p>5. Анализ эффективности рекламной деятельности с использованием различных показателей (ROI, CTR, конверсия и т.д.).</p> <p>6. Разработка креативной концепции рекламной кампании в социальных медиа, направленную на привлечение пользователей в</p>	72 часа	Собеседование	

		<p>сообщество.</p> <p>7. Разработка рекомендаций по оптимизации рекламного бюджета и повышению отдачи от рекламы.</p> <p>8. Анализ и оценка интернет-пространства коммерческой организации (сайт, социальные сети, блоги и т.д.).</p> <p>9. Разработка рекомендаций по улучшению интернет-присутствия компании и повышению ее видимости в сети.</p> <p>10. Аудит технической и SEO-оптимизации веб-сайта.</p> <p>11. Разработка рекомендаций по улучшению готовности веб-сайта к продвижению.</p> <p>12. Анализ результатов поискового продвижения (SEO).</p> <p>13. Исследование влияния социальных сетей на формирование лояльности к бренду среди поколения Z.</p> <p>14. Анализ текущей контент-стратегии e-commerce проекта и выявить ее недостатки.</p> <p>15. Изучение опыта использования чат-ботов и ИИ в клиентском сервисе, выявление их преимуществ и недостатков.</p> <p>16. Разработка сценария и технического задания для разработки чат-бота для автоматизации взаимодействия с клиентами.</p> <p>17. Применение Big Data для персонализации маркетинговых стратегий торговой организации</p>			
--	--	---	--	--	--

7. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания, полученный практический опыт)	Формы и методы контроля
<p>Распознает и анализирует задачу и/или проблему профессиональной деятельности в различных контекстах</p> <p>Осуществляет информационно аналитическую деятельность в профессиональной сфере.</p> <p>Оперировать понятиями и категориями в профессиональной сфере деятельности</p>	<p>Выполнение индивидуального задания, собеседование, защита отчета по практике</p>
Владеет навыками поиска информации	
Использует информацию для решения профессиональных задач	
Классифицирует информацию для решения профессиональных задач	
Занимается самообразованием и развивается как личность	

<p>Определяет траектории личностного развития и самообразования</p> <p>Планирует свое время. Использует знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях</p>	
<p>Способен организовывать работу коллектива и команды. Взаимодействует с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности</p>	
<p>Грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике на государственном языке. Проявляет толерантность в рабочем коллективе</p>	
<p>Соблюдает нормы экологической безопасности. Определяет направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности осуществлять работу с соблюдением принципов бережливого производства. Организует профессиональную деятельность с учетом знаний об изменении климатических условий региона.</p>	
<p>Понимает общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимает тексты на базовые профессиональные темы. Участвует в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы. Строит простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности. Кратко обосновывает и объясняет свои действия (текущие и планируемые). Пишет простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы.</p>	
<p>Демонстрирует навыки:</p> <p><i>ПМ 01 Организация и осуществление торговой деятельности</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – поиска и систематизации открытых источников информации о внутренних и внешних рынках для сбыта товарной продукции; – проведения анализа и оценки объема спроса на товарную продукцию организации на внутренних и внешних рынках; – обработки, формирования и хранения данных, информации, документов, в том числе полученных от поставщиков (подрядчиков, исполнителей); – составления перечня требований внешних рынков к товарной продукции организации; – подготовки рекомендаций по омологии товарной продукции по итогам анализа требований определенного внешнего рынка; – проведения анализа конъюнктуры и емкости товарных рынков, мониторинга внутренних и внешних рынков; – подготовки аналитических документов по конкурентным преимуществам продукции организации на внешних рынках; – оформления договоров с поставщиками и потребителями товаров и услуг; – мониторинга поставщиков (подрядчиков, исполнителей) и заказчиков в сфере закупок; – установления контактов с деловыми партнерами, заключения договоров, предъявления претензий; – составления деловых писем, предложений, заказов на поставку товаров, проведения безналичных расчетов; – формирования начальной (максимальной) цены закупки, описания объекта закупки, требований к участнику закупки, порядка оценки участников, проекта контракта; – составления и оформления закупочной документации, осуществления ее проверки для проведения закупочной процедуры, организационно-технического обеспечения деятельности закупочных комиссий, оценки результатов и подведение итогов закупочной процедуры; – осуществления подготовки протоколов заседаний закупочных комиссий на основании решений, принятых членами комиссии по осуществлению закупок; – публичного размещения полученных результатов; осуществления проверки необходимой документации для заключения контрактов и процедуры подписания контракта с поставщиками (подрядчиками, 	

<p>исполнителями);</p> <ul style="list-style-type: none"> – публичного размещения отчетов, информации о неисполнении контракта, о санкциях, об изменении или о расторжении контракта, за исключением сведений, составляющих государственную тайну; – организации осуществления оплаты поставленного товара, выполненной работы (ее результатов), оказанной услуги, а также отдельных этапов исполнения контракта, денежных сумм по банковской гарантии в предусмотренных случаях, организации возврата денежных средств, внесенных в качестве обеспечения исполнения заявок или обеспечения исполнения контрактов; – направления запросов, приглашений и информации потенциальным участникам внешнеторгового контракта; – проведения предварительного анализа поступающих коммерческих предложений, запросов от потенциальных партнеров на внешних рынках; – составления списка отклонений от приемлемых условий внешнеторгового контракта (перечень разногласий); – документального оформления результатов переговоров по условиям внешнеторгового контракта; – подготовки сводных отчетов и предложений о потенциальных партнерах на внешних рынках; – формирования списка потенциальных партнеров для заключения внешнеторгового контракта; – обработки, формирования, хранения информации и данных об участниках внешнеторгового контракта; – формирования проекта внешнеторгового контракта; – осуществления проверки необходимой документации для заключения внешнеторгового контракта; – подготовки процедуры подписания внешнеторгового контракта с контрагентом; – подготовки документа о приемке результатов отдельного этапа исполнения контракта; – сбора информации, документов по вопросам исполнения обязательств по внешнеторговому контракту; – разработки плана-графика контрольных мероприятий по исполнению обязательств по внешнеторговому контракту; – мониторинга отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту; – документального оформления отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту и организация претензионной работы; – подготовки предложений по применению мер ответственности и совершению соответствующих действий в случае нарушения обязательств по внешнеторговому контракту; – выполнения торгово-технологических операций, в том числе с использованием искусственного интеллекта, голосовых помощников, чат-ботов для обработки запросов покупателей с максимальной скоростью; – организации торговли, в том числе с использованием камер и алгоритмов распознавания лиц для осуществления расчетов с покупателями без применения контрольно-кассовой техники; – приемки товаров по количеству и качеству; <p>соблюдения правил охраны труда.</p> <p>ПМ 02 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли</p> <ul style="list-style-type: none"> – выявления проблем и формулирования целей исследования; – планирования проведения маркетингового исследования; – определения маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования; – подготовки и согласования плана проведения маркетингового исследования; 	
--	--

<ul style="list-style-type: none"> – поиска первичной и вторичной маркетинговой информации; – подготовки процесса проведения маркетингового исследования, установление сроков и требований к проведению маркетингового исследования; – проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга; – разработки предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации; – применения программных продуктов в системе продвижения товаров (услуг) организации; – применения различных платформ в системе продвижения товаров (услуг) организации; – проведения сбора, мониторинга и систематизации ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий; – проведения сбора, мониторинга и систематизации ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий; – установления конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках; – применения норм российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности; – применения норм российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности; – использования информации специализированных сайтов для организации работы по составлению бизнес-плана; – разработки бизнес-плана и финансовой модели деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов. – расчёта показателей эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов – определения мероприятий по повышению эффективности предпринимательской деятельности; – сбора информации о бизнес-проблемах и определение рисков предпринимательской единицы. <p><i>ПМ 03 Организация и осуществление интернет-маркетинга</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – проведения технического анализа аудируемого веб-сайта; – проведения базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта; – проведения аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта; – анализа поисковой выдачи; – анализа веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи; – анализа поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети "интернет"; – определения стратегии поискового продвижения; – проверки и корректировки списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении; – анализа присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем; – определения стратегии продвижения в социальных сетях; – размещения текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; – размещения медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; – разработки лендинга; – анализа использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими 	
---	--

по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы;

- анализа показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании;

составления отчетов по результатам выделения сегментов целевой аудитории.

Демонстрирует умения:

ПМ 01 Организация и осуществление торговой деятельности

- пользоваться современными поисковыми системами для сбора информации о внешних и внутренних рынках;
- проводить исследование рынка поставщиков, создавать и вести базу поставщиков и покупателей товаров;
- обобщать и систематизировать коммерческую информацию, формировать базы данных с информацией о ценах на товары, работы, услуги, требованиях внешних и внутренних рынков к товарной продукции, статистически ее обрабатывать в формате электронных таблиц и формулировать аналитические выводы;
- анализировать внешнюю конкурентную среду для выявления аналогичных или взаимозаменяемых товаров;
- создавать и вести информационную базу данных поставщиков и покупателей;
- составлять документы, формировать, архивировать, направлять документы и информацию;
- обобщать полученную информацию, обрабатывать ее с применением программных продуктов;
- обобщать и систематизировать коммерческую информацию для подготовки сводных отчетов и аналитических материалов.
- применять нормы гражданского законодательства в области регулирования договорных отношений;
- осуществлять выбор поставщиков;
- оформлять заказы на поставку товаров с применением компьютерных программ;
- составлять документы, деловые письма, предложения, заказы на поставку товаров, осуществлять безналичные расчеты, в т.ч. с использованием современных технических средств;
- создавать и вести информационную базу поставщиков и покупателей с применением технологий больших данных;
- обобщать полученную информацию, статистически ее обрабатывать и формулировать аналитические выводы, архивировать полученную информацию и обеспечивать ее безопасность;
- работать в единой информационной системе;
- применять основные положения нормативно-правовых актов в сфере закупочной деятельности;
- составлять документы, формировать, архивировать, направлять документы и информацию;
- обосновывать начальную (максимальную) цену закупки;
- описывать объект закупки;
- разрабатывать закупочную документацию;
- работать в единой информационной системе;
- взаимодействовать с закупочными комиссиями и технически обеспечивать деятельность закупочных комиссий;
- анализировать поступившие заявки, оценивать результаты и подводить итоги закупочной процедуры;
- формировать и согласовывать протоколы заседаний закупочных комиссий на основании решений, принятых членами комиссии по осуществлению закупок;
- проверять необходимую документацию для заключения контрактов и осуществлять процедуру подписания контракта с поставщиками (подрядчиками, исполнителями);

<ul style="list-style-type: none"> – классифицировать товары на внутренних и внешних рынках; – разрабатывать тексты рекламной информации о товарах отечественного производства на иностранном языке для последующего распространения на внешних рынках; – осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта; – осуществлять взаимодействие с участниками внешнеторгового контракта; – подготавливать коммерческие предложения, запросы; – оформлять документацию в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации и международных актов; – составлять и оформлять отчет, содержащий информацию о ходе исполнения контракта, о соблюдении промежуточных и окончательных сроков исполнения контракта, о ненадлежащем исполнении контракта (с указанием допущенных нарушений) или о неисполнении контракта и о санкциях, которые применены в связи с нарушением условий контракта или его неисполнением, об изменении или о расторжении контракта в ходе его исполнения, об изменении кон-тракта или о расторжении контракта; – осуществлять организацию оплаты/возврата денежных средств, организовывать уплату денежных сумм по банковской гарантии в предусмотренных случаях; – обобщать и систематизировать коммерческую информацию для подготовки сводных отчетов и аналитических материалов; – осуществлять цифровые платежи, облачные вычисления, системный анализ больших данных, использовать технологии 5G в организации деловой переписки и электронного документооборота; – осуществлять процесс поиска и заказа товаров с применением цифровых платформ; – осуществлять процесс управления доставкой товаров покупателю используя возможности интернет-вещей; – проводить анализ перемещения покупателей по торговому залу по данным камер видео наблюдений с целью оптимизации торгового пространства; – осуществлять контроль за количеством и сроками хранения продовольственных товаров с применением датчиков контроля (интернет-вещей); – использовать технологии дополненной реальности для повышения объема продаж; – применять цифровые вывески с использованием компьютерного зрения; – применять технологии интернет-вещей в организации работы торговых площадок; – управлять полочным пространством магазина в облачной ABM SHELF; – оформлять факт продажи товаров с применением цифровых инструментов: онлайн-касс, электронных платформ, ресурсов интернет, безналичных платежей, регистрация продаж в системе ЕГАИС; – применять электронный документооборот; – осуществлять торгово-технологические процессы, в том числе, с использованием техники эффективных коммуникаций. – применять основные ИИ-решения - системы распознавания естественного языка, интеллектуальные системы поддержки принятия решений, распознавания и синтез речи, интеллектуальный анализ текстовых документов, роботы, видео аналитика, чат-боты; – оформлять заказы на поставку товаров с применением компьютерных программ; – осуществлять цифровые платежи, облачные вычисления, системный анализ больших данных, использовать технологии 5G в организации деловой переписки и электронного документооборота; 	
---	--

<ul style="list-style-type: none"> – пользоваться современными поисковыми системами для сбора информации о внутренних внешних рынках. <i>ПМ 02 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли</i> – применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования; – определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования; – составлять комплексный план проведения маркетингового исследования; – анализировать текущую рыночную конъюнктуру; – составлять точное техническое задание для выполнения маркетингового исследования; – проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга; – обеспечивать продвижение товаров (услуг) на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций; – использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков; – обрабатывать и анализировать информацию о ценах на товары, работы, услуги; работать с информационной базой данных; – анализировать текущую рыночную конъюнктуру; – применять нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности; – применять нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности; – развивать идеи до бизнес-предложений; – оценивать инновационность подхода в бизнесе и потенциал на рынке; – оценивать риски, связанные с бизнесом; – анализировать бизнес-концепции; – предлагать идеи для дальнейшего развития; – применять методы принятия оптимальных решений; – находить аргументы в пользу идей; – принимать в расчет экологический и социальный аспекты во время планирования и внедрения бизнес-модели; – обосновывать и оценивать цели и ценности; – представлять идеи, дизайн, видения и решения; – применять при разработке бизнес-плана специализированные программные продукты; – использовать для решения коммуникативных задач, связанных с разработкой бизнес-плана, современные технические средства и информационные технологии; – создавать деловые электронные презентации. – собирать и анализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и финансово-экономических показателей, характеризующих деятельность организации; – использовать методы экономического анализа; – анализировать предпринимательскую деятельность с применением программных продуктов; – оформлять результаты бизнес-анализа в соответствии с выбранными подходами. – разрабатывать меры по обеспечению режима экономии, повышению рентабельности производства, конкурентоспособности выпускаемой продукции, производительности труда; – оптимально использовать материальные, трудовые и финансовые ресурсы организации; – предлагать организационно-управленческие решения, которые могут привести к повышению экономической эффективности деятельности организации 	
--	--

- собирать информацию о бизнес-проблемах;
- анализировать финансовую отчетность на предмет рисков использования отчетов в анализе рисков.

ПМ 03 Организация и осуществление интернет-маркетинга

- выявлять технические ошибки в работе веб-сайта;
- документировать выявленные ошибки в работе веб-сайта;
- формулировать предложения по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити);
- выявлять технические преимущества веб-сайтов конкурентов;
- выявлять особенности эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющие на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины;
- использовать инструменты для проведения технического аудита;
- определять факторы, влияющие на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче;
- составлять список ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи;
- актуализировать информацию о поведении пользователей веб-сайтов заданной тематики в информационно-телекоммуникационной сети "интернет";
- анализировать собранную информацию и принимать решение о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины;
- составлять список ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин;
- анализировать релевантность составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта;
- анализировать список ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию;
- определять маркетинговые стратегии;
- составлять smm-стратегии;
- составлять контент-планы;
- создавать стратегии продвижения;
- сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов;
- разрабатывать уникальные торговые предложения;
- разрабатывать рекламные модули;
- создавать стратегии продвижения;
- сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов;
- обосновывать выбор целевой аудитории;
- создавать тексты и рекламные слоганы;
- создавать тексты для социальных сетей, для сайтов, лендингов, презентаций;
- различать виды текстов;
- рассчитывать бюджет на создание лендинга;
- писать техническое задание на создание лендинга для сторонних организаций;
- определять СТА для лендингов;
- работать с бесплатными сервисами создания лендингов;
- создавать уникальное торговое предложение для определенных задач, работать с сервисами рассылок;
- составлять информационно-аналитические справки;
- оформлять отчетные документы

Демонстрирует знания:

ПМ 01 Организация и осуществление торговой деятельности

- методы и инструменты работы с базами данных внутренних и внешних рынков;
- требования к порядку заполнения и ведения рабочей документации,

<p>схем электронного документооборота;</p> <ul style="list-style-type: none"> – стандарты и требования внешних рынков к товарной продукции; – правовые нормы оформления и заключения договоров с поставщиками и потребителями товаров и услуг; – структуру и содержание договора поставки, спецификации и сопроводительного письма критерии поиска и методы отбора поставщиков; – методы и инструменты работы с базами больших данных; – требования к порядку заполнения и ведения рабочей документации, – схем электронного документооборота; – законодательство Российской Федерации о контрактной системе в сфере закупок товаров; – особенности составления закупочной документации; – методы определения и обоснования начальных максимальных цен контракта; – основные технические характеристики, преимущества и особенности продукции организации, поставляемой на внешние рынки; – нормативные правовые акты, регламентирующие внешнеэкономическую деятельность; – международные правила толкования наиболее широко используемых торговых терминов в области внешней торговли; – международные договоры в сфере стандартов и требований к продукции; – стандарты и требования внешних рынков к товарной продукции; – методы и инструменты работы с базами данных и источниками маркетинговой информации о внешних рынках внешних рынков; – методы разработки рекламной информации для внешних рынков и инструменты продвижения товаров и услуг на внешних рынках; – основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций; – документооборот внешнеторговых сделок; – условия внешнеторгового контракта; – нормы этики и делового общения с иностранными партнерами; – правила оформления документации по внешнеторговому контракту; – порядок документооборота в организации; – основы риск-менеджмента во внешнеэкономической деятельности; – виды торговых структур; – формы и виды торговли, составные элементы торговой деятельности; – материально-техническую базу торговли; – инфраструктуру потребительского рынка; – средства, методы, инновации в отрасли; – организацию торгово-технологических процессов в офлайн и онлайн торговле; – требования к порядку заполнения и ведения рабочей документации, схем электронного документооборота; – основные и дополнительные услуги оптовой и розничной торговли: цели, задачи, принципы, объекты, субъекты внутренней и внешней торговли; – требования законодательства Российской Федерации, нормативные правовые акты, регулирующие торговую деятельность; – правила торговли; – количественные и качественные показатели оценки эффективности торговой деятельности. <p>ПМ 02 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли</p> <ul style="list-style-type: none"> – составных элементов маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты; – методы изучения рынка, анализа окружающей среды; 	
--	--

<ul style="list-style-type: none"> – порядок составления итоговых документов в сфере прогнозирования и экспертизы цен; – этапы маркетинговых исследований, их результат; – методы проведения маркетингового исследования; – психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях; – средства удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров и услуг, маркетинговых коммуникаций и их характеристики; – порядок составления итоговых документов в сфере прогнозирования и экспертизы цен; – виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности; – методы оценки конкурентной среды; – нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности; – норм российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности; – роли и значения бизнес-плана; – основных функций бизнес-плана; – классификации основных типов бизнес-планов; – методологии и процессов развития бизнес-идеи; – порядка разработки бизнес-планов в соответствии с отраслевой направленностью. – принципов и методов управления информационными данными с использованием информационных интеллектуальных технологий; – методов экономического анализа и учета показателей деятельности организации и ее подразделений; – методов сбора и обработки экономической информации, а также осуществления технико-экономических расчетов и анализа хозяйственной деятельности организации, с использованием программных продуктов; – методов, способов и приемов для решения задач по анализу; – типов факторных моделей; – схемы формирования и анализа основных групп показателей в системе комплексного экономического анализа; – методику анализа эффективности использования производственных ресурсов. – методических материалов по планированию, учету и анализу деятельности организации; – спектра специализированных программных продуктов; – интерфейса автоматизированных систем сбора и обработки экономической информации; – инновационных средств и устройств информатизации; – порядок их применения и программное обеспечение в предпринимательской деятельности. – рисков: понятия и видов; – методов оценки риска, связанных с бизнесом; – мер снижения риска, связанных с бизнесом; – методов оценки выполнимости бизнес-идеи; – основных способов анализа и оценки рисков; – состава моделей оценки риска; способов оценки риска ликвидности. – ПМ 03 Организация и осуществление интернет-маркетинга – основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов; – основы веб-технологии; – основы веб-дизайна; – основы компьютерной грамотности; – методы обработки текстовой информации; – правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов; 	
--	--

<ul style="list-style-type: none"> – основы письменной деловой коммуникации использовать инструменты для проведения технического аудита; – правила составления и план документа аудита интернет-маркетинга организации; – основы оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин; – способы корректировки внутренних ошибок веб-сайта; – особенности функционирования современных систем администрирования веб-сайтов; – особенности функционирования современных поисковых машин; – правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщаемого поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта; – внутренние ошибки веб-сайта, влияющие на результат работы поисковых машин, и способов устранения ошибок; – особенности функционирования современных систем администрирования веб-сайтов; – правила составления и критерии качества списка ключевых слов и словосочетаний; – стандарты делового общения в письменной и устной форме; – особенности функционирования современных поисковых машин; – правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщаемого поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта; – правила формирования основных тегов (заголовков страницы, ключевых слов страницы, описания страницы); – методы обработки текстовой и графической информации; – основы копирайтинга и веб-райтинга; – основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов и веб-дизайна; – правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов; – перечень (количество и названия) рекламных механизмов показа аудитории рекламных сообщений в сети «интернет»; – особенности функционирования современных рекламных систем в составе социальных медиа; – основы разработки и поддержки сайтов/лендингов; – основы гипертекстовой разметки; – стандарты верстки веб-сайтов; – принципиальные отличия лендингов от сайтов; – сервисы для автоматизации рассылок; – методы обработки текстовой информации и графической информации. 	
---	--

Аттестация обучающихся по результатам практики проходит в соответствии с Положением Университета о практике обучающихся, осваивающих образовательные программы СПО, с использованием соответствующих материалов фонда оценочных средств (приложение 1) и с учетом сведений об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, отраженных в аттестационном листе практики.

8. УСЛОВИЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

8.1. Материально-техническое обеспечение

Реализация программы практики предполагает:

1. Тамбовская областная ТПП:

392000, г. Тамбов, ул. Карла Маркса, д. 150/14;

Площадь помещения 44 м²

Перечень основного оборудования:

Доска магнитно-маркерная – 1шт.

Стол компьютерный – 11 шт.

Кресло – 11 шт.
Монитор – 14 шт.
Компьютер с доступом к сети Интернет – 11 шт.
Флипчарт – 2 шт.
Плазменная панель Samsung - 1 шт.
МФУ – 1 шт.
Кондиционер – 1 шт.

Перечень программного обеспечения:

Операционная система Microsoft Windows XP SP3

Антивирусная программа

Corel DRAW Graphics Suite X3

7-Zip 9.20

1С:Предприятие 8.2

1С:Управление торговлей 8. Базовая

1С: Розница 8

1С: Касса

IBM SPSS Statistics 20

Oracle VM VirtualBox 3.2.10

Графический редактор Inkscape

Adobe Reader XI (11.0.08) - Russian Adobe Systems Incorporated 10.11.2014 187,00

МВ 11.0.08

Lite Manager Pro – Server

2. ООО «СкобеевиПартнеры»:

392000, г. Тамбов, ул. Студенческая, д. 22/31А;

Площадь помещения 48 м²

Перечень основного оборудования:

Доска магнитно-маркерная – 1шт.

Стол компьютерный – 8 шт.

Кресло – 8 шт.

Компьютер с доступом к сети Интернет – 6 шт.

Моноблок – 2 шт.

Плазменная панель Samsung - 1 шт.

Тумба – 1 шт.

МФУ – 1 шт.

Кондиционер – 1 шт.

Перечень программного обеспечения:

Операционная система Microsoft Windows XP SP3

Антивирусная программа

Corel DRAW Graphics Suite X3

Lite Manager Pro – Server

7-Zip 9.20

1С:Предприятие 8.2

1С:Управление торговлей 8. Базовая

1С: Розница 8

1С: Касса

1С: Предприниматель

1С – Битрикс

Adobe Reader XI (11.0.08) - Russian Adobe Systems Incorporated 10.11.2014 187,00

МВ 11.0.08

IBM SPSS Statistics 20

Oracle VM VirtualBox 3.2.10

SuiteCRM
SugarCRM
Битрикс-CRM

3. ООО «НТО «ИНТ»:

392000, г. Тамбов, ул. Студенческая, д. 20, пом. 12;

Площадь помещения 57 м²,

Перечень основного оборудования:

Стол компьютерный – 10 шт.

Кресло – 10 шт.

Компьютер с доступом к сети Интернет – 9 шт.

Ноутбук – 1 шт.

МФУ – 1 шт.

Кондиционер – 1 шт.

Перечень программного обеспечения:

Операционная система Microsoft Windows XP Service Pack 3

Антивирусная программа

Adobe Reader XI (11.0.08) - Russian Adobe Systems Incorporated 10.11.2014 187,00

MB 11.0.08

7-Zip 9.20

IBM SPSS Statistics 20

Corel DRAW Graphics Suite X3

Lite Manager Pro – Server

1С:Предприятие 8.2

1С:Управление торговлей 8. Базовая

Графический редактор Sketch

4. АНО «РЦК по Тамбовской области»:

392000, г. Тамбов, Комсомольская пл., д. 5, каб. 304;

Площадь помещения 16,9 м²,

Перечень основного оборудования:

Доска магнитно-маркерная – 1 шт.

Стол компьютерный – 6 шт.

Кресло – 6 шт.

Компьютер с доступом к сети Интернет – 6 шт.

Плазменная панель Samsung – 1 шт.

Тумба под плазменную панель – 1 шт.

Стеллаж – 2 шт.

МФУ – 1 шт.

Мультимедийный проектор -1 шт.

Проекционный экран -1 шт.

Перечень программного обеспечения:

Операционная система Microsoft Windows XP SP3

Антивирусная программа

Adobe Reader XI (11.0.08) - Russian Adobe Systems Incorporated 10.11.2014 187,00

MB 11.0.08

IBM SPSS Statistics 20

Corel DRAW Graphics Suite X3

Графический редактор Inkscape

7-Zip 9.20

1С:Предприятие 8.2

1С:Управление торговлей 8. Базовая
1С: Розница 8
1С: Касса

5. ООО «Би Фаунд»:

392000, г. Тамбов, ул. Студенческая набережная, д. 20, офис 31;

Площадь помещения 22 м²,

Перечень основного оборудования:

Стол компьютерный – 6 шт.

Кресло – 6 шт.

Компьютер с доступом к сети Интернет – 10 шт.

МФУ – 1 шт.

Кондиционер – 1 шт.

Перечень программного обеспечения:

Операционная система Microsoft Windows XP SP3

Антивирусная программа

Corel DRAW Graphics Suite X3

7-Zip 9.20

1С:Предприятие 8.2

1С:Управление торговлей 8. Базовая

1С: Розница 8

1С: Касса

1С: Моя фирма

1С – Битрикс

IBM SPSS Statistics 20

Oracle VM VirtualBox 3.2.10

Графический редактор Inkscape

Adobe Reader XI (11.0.08) - Russian Adobe Systems Incorporated 10.11.2014 187,00

MB 11.0.08

Lite Manager Pro – Server

6. ООО «ЭврикаМаркетинг»:

392000, г. Тамбов, ул. Студенческая набережная, д. 20, офис 11.

Площадь помещения 22 м²,

Перечень основного оборудования:

Доска магнитно-маркерная – 1 шт.

Стол компьютерный – 8 шт.

Стол – 1 шт.

Кресло – 9 шт.

Компьютер с доступом к сети Интернет – 8 шт.

Ноутбук – 1 шт.

Плазменная панель - 1 шт.

МФУ – 1 шт.

Стеллаж – 1 шт.

Кондиционер – 1 шт.

Перечень программного обеспечения:

Операционная система Microsoft Windows XP Service Pack 3

Антивирусная программа

Adobe Reader XI (11.0.08) - Russian Adobe Systems Incorporated 10.11.2014 187,00

MB 11.0.08

Corel DRAW Graphics Suite X3

Lite Manager Pro – Server

1С:Предприятие 8.2
1С:Управление торговлей 8. Базовая
1С: Розница 8
1С: Касса
1С – Битрикс
Azure DevOps Server
Frontol
7-Zip 9.20
OracleVMVirtualBox 3.2.10

8.2. Информационное обеспечение практики

8.2.1. Электронные издания (электронные ресурсы)

1. Душкина, М. Р. Технологии рекламы и связей с общественностью в маркетинге : учебник для вузов / М. Р. Душкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 462 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12811-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/543173>
2. Иванов, Г. Г., Организация торговли (торговой деятельности) : учебник / Г. Г. Иванов. — Москва : КноРус, 2022. — 222 с. — ISBN 978-5-406-09325-2. — URL: <https://book.ru/book/942852>
3. Изотова Г. С., Еремин С. Г., Галкин А. И. Управление государственными и муниципальными закупками и контрактами [Электронный ресурс]: Учебник для вузов. - Москва:Юрайт, 2022. - 396 – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/495098>
4. Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова [и др.]; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 367 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9115-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/538514>
5. Информационные технологии в экономике и управлении : учебник для среднего профессионального образования / В. В. Трофимов [и др.]; ответственный редактор В. В. Трофимов. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 556 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18677-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/545321>
6. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования: учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 315 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-05957-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489822>
7. Липсиц, И. В. Цены и ценообразование : учебное пособие для среднего профессионального образования / И. В. Липсиц. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 160 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9794-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535762>
8. Лопарева, А. М. Бизнес-планирование : учебник для среднего профессионального образования / А. М. Лопарева. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 272 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08704-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/542352>
9. Мамедова Н. А. Управление государственными и муниципальными закупками: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. А. Мамедова, А. Н. Байкова, О. Н. Морозова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт,

2022. — 420 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13829-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/495169>

10. Сергеев, А. А. Бизнес-планирование: учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. А. Сергеев. — 5-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 435 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-20235-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/557834>

11. Технология интернет-маркетинга: учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.]; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 335 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15606-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/544789>

8.2.2. Дополнительные источники

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 N 146-ФЗ (в действующей редакции)

2. "Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая)" от 05.08.2000 N 117-ФЗ (в действующей редакции)

3. Федеральный закон от 18.07.2011 N 223-ФЗ (в действующей редакции) "О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц"

4. Федеральный закон от 26.07.2006 N 135-ФЗ (в действующей редакции) "О защите конкуренции"

5. Федеральный закон от 28.12.2009 N 381-ФЗ (в действующей редакции) "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации"

6. "ГОСТ Р 51303–2013. Национальный стандарт Российской Федерации. Торговля. Термины и определения" (утв. Приказом Росстандарта от 28.08.2013 N 582-ст) (в действующей редакции)

7. ГОСТ Р 53940–2010. Национальный стандарт Российской Федерации. Контрольно-кассовая техника. Общие требования к продукции и порядку ее применения. Дата введения 2012-06-01. — Текст: электронный // ПСС «Кодекс». — URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200085085>

8. ГОСТ Р 54608–2011. Национальный стандарт Российской Федерации. Услуги торговли. Общие требования к объектам мелкорозничной торговли. Дата введения 2013-01-01. — Текст: электронный // ПСС «Кодекс». — URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200093466>

9. Боброва О. С., Цыбуков С. И., Бобров И. А. Организация коммерческой деятельности [Электронный ресурс]: Учебник и практикум Для СПО. - Москва: Юрайт, 2022. - 382 – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/490476>

10. Гаврилов Л.П. Организация коммерческой деятельности: электронная коммерция 6-е изд., пер. и доп. Учебник и практикум для СПО [Электронный ресурс]:. - , 2023. - 579 с – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/533878>

11. Гаврилов, Л. П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе: учебник для вузов / Л. П. Гаврилов. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 372 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15960-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535911>

12. Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция: учебник и практикум для вузов / Л. П. Гаврилов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 579 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17867-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536773>

13. Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 367 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9115-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/538514>

14. Информационные технологии в экономике и управлении : учебник для среднего профессионального образования / В. В. Трофимов [и др.] ; ответственный редактор В. В. Трофимов. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 556 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18677-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/545321>

15. Заволокина, Л. И. Мировая экономика: учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. И. Заволокина, Н. А. Диесперова. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 182 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13765-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/497346>

16. Карашук, О. С. Торговое дело. Введение в профессию : учебное пособие для среднего профессионального образования / О. С. Карашук. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 143 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15823-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/509827>

17. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Е. Кузьмина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 422 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19915-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/557325>

18. Липсиц, И. В. Цены и ценообразование: учебное пособие для среднего профессионального образования / И. В. Липсиц. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 160 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9794-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/488890>

19. Кольшкіна, Т. Б. Анализ рекламного текста : учебное пособие для среднего профессионального образования / Т. Б. Кольшкіна, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 305 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18733-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/545455>

20. Кольшкіна, Т. Б. Основы рекламы: реклама в местах продаж : учебное пособие для среднего профессионального образования / Т. Б. Кольшкіна, И. В. Шустина, Е. В. Маркова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 222 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13048-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/541760>

21. Маховикова, Г. А. Цены и ценообразование в коммерции: учебник для среднего профессионального образования / Г. А. Маховикова, В. В. Лизовская. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 231 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03696-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/477854>

22. Магомедов, А. М. Экономика организации : учебник для среднего профессионального образования / А. М. Магомедов. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 286 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16984-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/540263>

23. Международная торговля : учебник для вузов / Р. И. Хасбулатов [и др.] ; под общей редакцией Р. И. Хасбулатова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 405 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05486-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536068>

24. Основы коммерческой деятельности : учебник для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 506 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08159-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491497>

25. Пахомова, Н. Г. Организация деятельности торгового предприятия: оптовая торговля : учебное пособие / Н. Г. Пахомова. — Липецк : Липецкий ГТУ, 2021. — 89 с. — ISBN 978-5-00175-069-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/216089>). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

26. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 453 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19116-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/555977>

27. Федорова, И. Ю. Финансовый механизм государственных и муниципальных закупок : учебное пособие для среднего профессионального образования / И. Ю. Федорова, А. В. Фрыгин. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 148 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10187-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/495168>

28. Справочно-правовая система «Гарант» - URL <https://www.garant.ru/>

29. Справочно-правовая система «Консультант плюс»: сайт. — URL: <http://www.consultant.ru/>

30. Новая Цифровая платформа поддержки бизнеса: <https://www.smbn.ru/>

31. Фонд поддержки малого предпринимательства: <https://biznesprost.com/interesno/fond-podderzhki-malogo-predprinimatelstva.html>

32. 10 лучших бизнес-инкубаторов России: <https://viafuture.ru/privlechenie-investitsij/biznes-inkubatory-v-rossii>

Электронно-справочные системы:

1. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» – база данных учебной, учебно-методической и научной литературы по основным изучаемым дисциплинам - <http://www.biblioclub.ru>

2. Электронно-библиотечная система «Юрайт»: коллекция «Легендарные книги» и коллекция СПО– электронные версии учебной и учебно-методической литературы по экономическим, юридическим, гуманитарным, инженерно-техническим и естественно-научным направлениям - <http://www.urait.ru>

3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU – крупнейший российский информационный портал в области науки, технологии, медицины и образования (электронные версии российских научных журналов) - <http://elibrary.ru>

4. Государственная информационная система «Национальная электронная библиотека»– фонд электронных версий печатных изданий, электронных изданий и ресурсов, мультимедийных изданий и др. - <https://нэб.рф>

5. Электронная библиотека ТГУ– база данных научных трудов преподавателей- <https://elibrary.tsutmb.ru>

Используемые образовательные платформы:

1. Электронная образовательная среда MOODLE <http://moodle.tsutmb.ru/>